

ÍNDICE

Prefacio. El problema de la comunicación y las ventajas de Lean	5
¿Para quién es este libro?	11
¿Qué es Lean?	15
El poder transformador del pensamiento Lean	21
La mejora continua como propuesta de valor	25
¿Cuál es el objetivo de la comunicación Lean?	33
Viendo la comunicación como proceso	43
Visibilizando lo invisible: Gemba	45
Mapa conceptual de la comunicación	47
Causa y efecto: algunos obstáculos que pueden contribuir a los malos entendidos	54
Los límites en la gestión visual	62
La comunicación en la literatura Lean	65
Herramientas y metodologías Lean adaptadas a la comunicación	69
Creando un estándar	70
Mapeando la cadena de valor	72
Las 3 M del desperdicio: Muri, Mura, Muda	76
12 pasos para hacerlo bien la primera vez	89
Poka-Yoke, técnica antierror	95
Actos de comunicación no intencionada	97
Diagrama de Ishikawa	97
Las Cinco S	101
Jidoka y andon	139
Análisis de causa raíz	141
El A3: herramienta de comunicación pensada para resolver problemas y alinear equipos	143
El método científico: PDCA	147

Conclusiones y retos para el lector	157
Casos de la comunicación Lean en diversos sectores	163
Construcción	165
Sanidad	172
Oficinas	178
Logística	182
Startups	193
Glosario	197
Bibliografía	209
Acerca de los autores	213